



UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, COMERCIALES
Y DERECHO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
MARKETING

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE CAYALTÍ, 2019

AUTOR:
VEGA QUIROZ ESTHER

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR EL GRADO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Chiclayo – Perú
2019

Resumen

El presente trabajo de investigación lleva por título creación de una cafetería en la ciudad de Cayaltí, 2019, con el objetivo de Analizar el nivel de aceptación de los clientes potenciales con respecto de un nuevo establecimiento de cafetería en la ciudad de Cayaltí

Ya que en ciudad de Cayaltí, no existe un lugar agradable, donde se pueda pasar un momento inolvidable, en compañía de los familiares o amigos disfrutando un sabroso café, por eso se ha propuesto crear dicha cafetería, que está dirigida hacia los diferentes habitantes que exigen un servicio diferenciado, es por ello que se pretende investigar el nivel de aceptación del servicio de la cafetería.

Para conocer la situación actual se realizaron visitas y encuestas para investigar que tanto la población tendría la aceptación de una cafetería en la ciudad de Cayaltí.

Analizar los precios del café que están dispuestos a pagar los pobladores de la ciudad de Cayaltí.

Palabras claves: Estudio de Mercado, Posicionamiento, Precio.

Índice

Resumen:.....	II
I. Problema de investigación:.....	1
II. Marco teórico y metodológico.....	2
2.1. Antecedentes bibliográficos:	2
2.2. Materiales y métodos.	3
2.2.1. Tipo de estudio.....	3
2.2.2. Diseño de investigación.....	4
2.2.3. Variable del estudio.....	4
2.2.4. Matriz de operacionalización.	1
2.2.5. Definición precisa del servicio y/o producto a investigar.	1
2.2.6. Técnicas e instrumentos: Diseño de cuestionario.....	1
2.2.8. Recopilación de datos.....	2
2.2.9. Análisis de la encuesta.....	2
III.resultados:	3
IV. Discusión.....	19
V. Conclusiones.....	20
VI. Recomendaciones	21
VII Referencias bibliográficas.....	22
VIII Anexos.	23

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalizacion.....	1
Tabla 2. Sexo de personas encuestadas en el distrito de Cayaltí.	3
Tabla 3. Edad de los encuestados.....	4
Tabla 4. Frecuencia con la que consumen café los pobladores de Cayaltí	5
Tabla 5. Tipos de café que consumen los pobladores de Cayaltí.	6
Tabla 6 Gasto approximate que harían los pobladores de Cayaltí	7
Tabla 7. Momentos del día en que consumen café los pobladores de Cayaltí.....	8
Tabla 8. Formas de pago en una cafetería, según los pobladores de Cayaltí.....	9
Tabla 9 Aspectos importantes por lo cual asistirían a una cafetería	10
Tabla 10 .Lo que más le atraen de una cafetería	11
Tabla 11. Ubicación de una nueva cafetería, según pobladores de Cayaltí	12
Tabla 12. Atributos preferidos de los pobladores de Cayaltí, en una cafetería.....	13
Tabla 13. Visitas de los pobladores de Cayaltí a la cafetería con un buen	14
Tabla 14. Productos preferidos por los pobladores de Cayaltí en una cafetería	15
Tabla 15. Razones más desagradables por las cuales no asistirían a una cafetería.....	16
Tabla 16. Medios de comunicación por los cuales les gustaría recibir información los pobladores de Cayaltí.....	17
Tabla 17. Preferencia por el nombre de la cafetería "BlackMoon	18

Índice de figuras

Figura 1. sexo de encuestados.....	3
Figura 2. Edad de los encuestados	4
Figura 3. Frecuencia con la que toman café los pobladores de Cayaltí.....	5
Figura 4. Tipos de café que consumen los pobladores de Cayaltí.....	6
Figura 5. Gasto aproximado de una cafetería, que harían los pobladores de Cayaltí.....	7
Figura 6. momentos del día en que consumen café los pobladores de Cayaltí.....	8
Figura 7. Formas de pago en una cafetería, según los pobladores de Cayaltí.	9
Figura 8. Aspectos importantes por lo cual asistirían a una cafetería.....	10
Figura 9. Lo que más le atraen de una cafetería	11
Figura 10. Ubicación de una nueva cafetería, según pobladores de Cayaltí	12
Figura 11. Atributos preferidos de los pobladores de Cayaltí, en una cafetería	13
Figura 12. Visitas de los pobladores de Cayaltí a la cafetería con un buen.....	14
Figura 13. Productos preferidos por los pobladores de Cayaltí en una cafetería.....	15
Figura 14. Razones más desagradables por las cuales no asistirían a una cafetería	16
Figura 15. Los medios de comunicación por los cuales se les informaría a la población de Cayaltí.....	17
Figura 16. Preferencia por el nombre de la cafetería "blackmoon.....	18

I. Problema de investigación

Según Buenaño,(2012),en su *estudio de factibilidad para la creación de la cafetería “Coffee Vip” en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito*, nos dice que a pesar de los años las cafeterías se han convertido en los negocios más rentables en el sector de servicios y alimentos a nivel global, ya que un buen café da a lugar para reuniones y discutir asuntos personales y así pasar el tiempo, Esta tradición lo practican diversas culturas en las occidentales y en diversos países como son París, Londres.

Las cafeterías tradicionales son aquellos lugares establecido como lugares pequeños y de calidad que transmita los ambientes familiares y esto genera lo que es la sencillez y acogida como un hogar, algunas de estas cafeterías cuentan con diversas decoraciones temáticas y que genera que sean los preferidos de los clientes.

Según Dominguez, Centuriòn, (2017), en el *modelo de negocio para la cafetería orgánico en la ciudad de Chiclayo*, en su tesis tiene como objetivo definir los perfiles de sus clientes y de un modelo de negocio para una cafetería orgánica que se utilizó varios métodos algunas de esos métodos fue las encuestas a los clientes que serán el objetivo del negocio, ya que este el negocio va dirigido a personas mayores de 26 años que sean profesionales y cuenten con un trabajo estable.

En la ciudad de Cayaltí, no existe un lugar agradable donde se pueda pasar un momento inolvidable en compañía de los familiares o amigos disfrutando un sabroso café, por eso se ha creado una cafetería, que está dirigida hacia los diferentes habitantes que exigen un servicio diferenciado, es por ello que se pretende investigar el nivel de aceptación del servicio de mi cafetería

Debido al problema identificado se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera llegar a la población para su aceptación de una cafetería en la ciudad de Cayaltí 2019? Teniendo como objetivo general: Analizar el nivel de aceptación de los clientes potenciales con respecto de un nuevo establecimiento de cafetería en la ciudad de Cayaltí y como objetivos específicos:

1. Identificar los factores que influyen en la decisión de compra en una cafetería.
2. Determinar los productos de preferencia con respecto a los productos estrellas.
3. Identificar el lugar viable en el distrito de Cayaltí para la ubicación de una nueva cafetería.

II. Marco teórico y metodológico

2.1. Antecedentes bibliográficos:

Según Molina (2013), en el *Proyecto de inversión para una cafetería barra de café the Coffee roots*, lo que se realizó más que un proyecto de cafetería fue un Coffeshop para el alcance de todo consumidor que estaban acostumbrados a ingerir las revidadas ya sea fría o caliente y que estas se realizaban a base de café, té y jarabes, y que también se realizaban servicios a domicilio sin costo alguna, que donde se estaba ubicando el proyecto tenía una gran ventaja ya que se realizaba en un centro comercial donde se garantizaba a la comunidad que llegaba al establecimiento una seguridad el consumidor.

Según Sánchez y Ramirez (2013), en la *Creación de una nueva cafetería*, nos dicen que en la ciudad de México debido al estilo de vida ajetreada, al estrés y a los diversos factores que intervienen en el día a día, que a muchos empresarios llevan a crear nuevos establecimientos con las características de que se satisfaga las necesidades de los consumidores, y que tengan la mayor acogida de estos establecimientos han sido las cafeterías que han evolucionado en los últimos años tanto en la creación y en la innovación de dichos establecimientos.

Donde se está ubicando dicho establecimiento se observó que no cuenta con una cafetería cercana, y se propuso realizar dicho proyecto que tiene como objetivo de la venta de alimentos y servicios que están enfocados básicamente a estudiantes y maestros de esa zona.

Según Soria y Garzón (2017), en su tesis de maestría titulado *Tiempo de café: pastelería y cafetería en el cono norte de lima*, nos dicen Los altos niveles de crecimiento demográfico en la zona norte de Lima han dado lugar a florecientes zonas urbanas. Es aquí donde nace la idea de Tiempo de Café. El propósito del proyecto, es convertirse en el punto de encuentro predilecto de los sectores denominados progresistas y afortunados del Cono Norte de Lima. La idea es no confundir a Tiempo de Café con una simple pastelería o cafetería. Cabe resaltar, que éste negocio no vende un café o un sándwich, vende una nueva experiencia al momento de reunirse. Cuyos pilares serán un servicio personalizado y productos de calidad, inmersos en un ambiente tranquilo y placentero. El cliente encontrará un lugar en el que podrá reunirse a conversar ya sea de temas sociales o de negocios.

Según Arias, Jabbour y Prias (2015), en su *Plan de negocios para implementar una cafetería en San Isidro*, propuso la creación de Coffee up, que se identificó y se analizó la demanda potencial del producto. Para determinar la demanda e identificar a su público objetivo realizaron

entrevistas a varios que eran expertos en el rubro, mientras que en el estudio identificaron que avía la existencia de la demanda insatisfecha en esa zona, y para un mejor funcionamiento y de generar mejora de la cafetería crearon estrategias, que eran el marketing de ventas.

Según Chugna (2018), en los últimos años, el rubro de restaurantes es altamente competitivo, por tal motivo mucho de los negocios optan por la constante innovación y búsqueda de nuevas tendencias, generando altas expectativas en los clientes. Es así como nace la propuesta de realizar una cafetería temática, con la finalidad de crear un lugar diferente a las de más instalaciones, que sea novedoso y completamente atractivo para el cliente. La investigación titulada *Modelo de negocio para la creación de una cafetería temática de dibujos japoneses anime en la ciudad de Chiclayo-2017*, tuvo como objetivo general diseñar la propuesta de un modelo de negocio canvas aplicado a la creación de una cafetería temática de dibujos japoneses anime. Para lograr esto, se desarrollaron los nueve módulos del modelo de negocio canvas. Los métodos y técnicas de recolección que utilizó fueron por medio de entrevistas a profundidad, y el tipo de entrevista que utilizó fue una semiestructurada. El tipo de investigación fue de enfoque cualitativo con datos cuantitativos, que permitió el análisis y la explicación de la realidad desde un enfoque subjetivo, se apoyó en los datos cuantitativos. Y de carácter exploratorio, que permitió indagar sobre un tema de investigación que ha sido poco explorado y conocido, y del cual no se encuentra mucha información. Como resultado de la investigación, logró determinar el diseño del negocio, el cual entregará valor a los clientes y generará ingresos a la organización; y la propuesta de valor, que consistió en la creación de un nuevo servicio que mezcla el entretenimiento con lo artístico.

Según Fernández y Llontop (2018), en su tesis de un Plan de negocio para la instalación de una cafetería temática Parisima –peruana en la ciudad de Chiclayo, nos dicen que esto surge con la finalidad de haber visto con la necesidad de la creación para un establecimiento donde se forme los lazos entre culturas y el ambiente para acoger a sus clientes.

2.2. Materiales y métodos.

2.2.1. Tipo de estudio.

El objetivo de la investigación exploratoria es explorar o examinar un problema o situación para brindar conocimientos y comprensión. La investigación exploratoria puede usarse para cualquiera instrumento para formular un problema o definirlo con mayor precisión, Identificar cursos alternativos de acción, Desarrollar hipótesis, variables y relaciones clave para un examen

más minucioso, Obtener ideas para desarrollar un enfoque del problema., Establecer prioridades para la investigación posterior.

2.2.2. Diseño de investigación.

El diseño de la presente investigación es de tipo descriptiva puesto que las situaciones no son convocadas a nivel internacionales para conocer los resultados, debido a que el resultado se realizara en la población de dicho distrito.

2.2.3. Variable del estudio

Variable independiente → creación de una cafetería.

2.2.4. Matriz de operacionalización.

Tabla 1.

Matriz de operacionalización.

Variable independiente	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas/ Instrumento
Creación de una cafetería	Según Torres 2013 en creación de una cafetería tenía como objetivo llegar a sus clientes ya que donde se estaba instalando la cafetería contaba con un Gran demanda de mercado	Diagnosticar la situación de la población.	Análisis del entorno	Entrevista a la población de cayaiti
		Determinar las estrategias	Análisis del mercado	
		Segmentación del mercado Marketing mix	Producto Precio Plaza Promoción	

Fuente: propia.

2.2.5. Definición precisa del servicio y/o producto a investigar.

La cafetería brindará un servicio diferenciado, es decir se enfocara en ofrecer un buen trato al cliente y al personal, la cafetería será creada con la finalidad de que el cliente pueda pasar un momento agradable en familia, con amigos, o incluso pasar un momento a solas disfrutando de un delicioso café. El ambiente que se ofrecerá será amplio, tendrá mueblería cómoda y limpieza absoluta, y con el aroma característico del café para que los clientes se sientan satisfechos.

También se ofrecera productos elaborados de café orgánico, tendrá sabores variados con decoraciones divertidas y atractivas para diferentes gustos de los clientes potenciales.

2.2.6. Técnicas e instrumentos: Diseño de cuestionario.

En esta investigación se realizó la técnica por intermedio de algunas encuestas a un grupo determinado hallado en la muestra.

Cálculo de la muestra.

El tamaño de la muestra, a la cual se le realizará una encuesta, es de 370 personas.

$$n = \frac{N * \alpha^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + \alpha^2 * p * q}$$

Dónde:

$$n = x$$

$$N = 10\,316$$

$$\alpha^2 = 1.96$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{10\,316 * (1.96)^2 * 50\% * 50\%}{(5\%)^2 * (10\,316 - 1) + (1.96)^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{10\,316 * 3.84 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 * (10\,316 - 1) + (3.84) * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 300 \text{ personas}$$

2.2.7. Recopilación de datos.

Encuesta

En la investigación se realizó una encuesta que consistió en responder 14 preguntas, llevándose a cabo los días: 30, 31 de octubre y el 1 de noviembre, en los tres días la encuesta inició a las 2:00 p.m., con el objetivo de obtener datos concretos de una muestra determinada, a través de las preguntas cerradas, tomamos como punto de inicio la plaza de armas, ya que es el lugar más concurrido, asimismo fui al mercado y colegios del distrito investigado, Cayaltí.

Como en todo episodio de investigación, hubo personas que rechazaban su participación, pero la mayoría estuvo intrigada acerca del nuevo proyecto, y de lo importante y/o indispensable que era su colaboración.

Análisis de la encuesta

En la información presentada a continuación se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a la población del distrito de Cayaltí. Para realizar un análisis de forma clara se creó un archivo en Microsoft Excel, en donde se llevó a cabo el vaciado de todos los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados para posteriormente ser analizados por medios de tablas y gráficas.

III. Resultados:

Tabla 2.

Sexo de personas encuestadas en el distrito de Cayaltí.

Sexo	ni	%
Masculino	172	57.3
Femenino	128	42.7
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia.

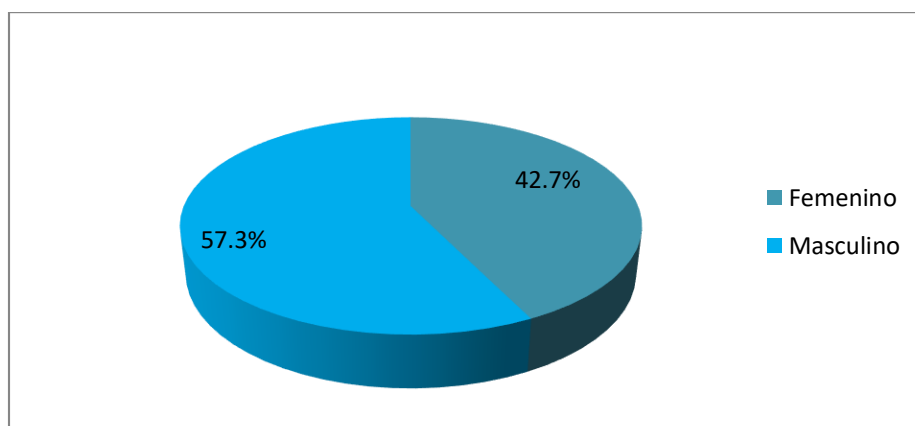


Figura 1. sexo de encuestados.

Interpretación:

Del 100% de usuarios de los encuestados de la población de Cayaltí el 57.3% fueron masculinos y el 43,7 fueron femeninos.

Tabla 3.

Edad de los encuestados

Edad	ni	%
16-25	128	42.7
26-35	56	18.7
36-45	51	17
46-55	37	12.3
56-65	28	9.3
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

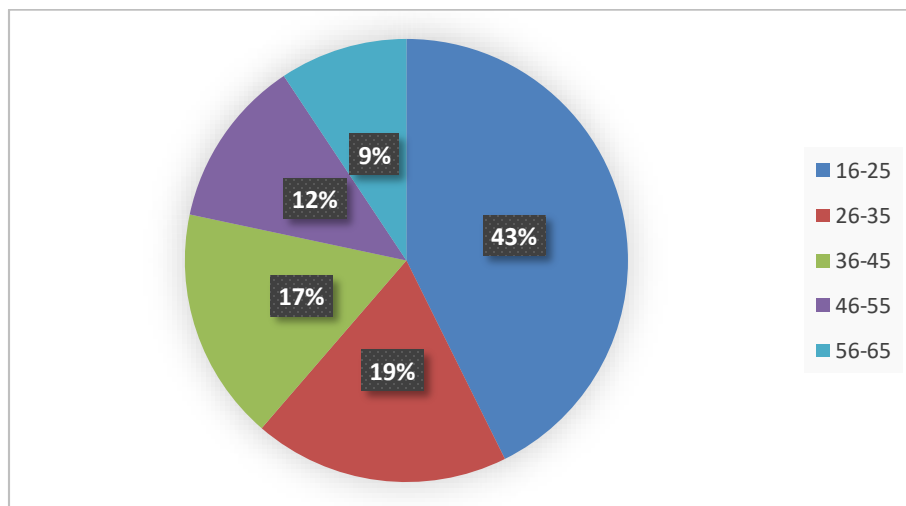


Figura 2. Edad de los encuestados

Interpretación:

Entre la población que se encuestaron fue 43% tenía entre 16 a 25 años de edad, seguidos por un 19% en el rango de 26 a 35, con un 17% entre 36y 45, las minorías fueron de; 12% entre 46 a 55, y con 9% de 56 a 65. Siendo nuestros clientes potenciales hombres y mujeres jóvenes.

Tabla 4.

Frecuencia con la que consumen café los pobladores de Cayaltí

Frecuencia	ni	%
Diariamente	139	46
Entre 3 o 5 veces al mes	92	31
3 Veces a la semana	58	19.3
No consumen café	11	4
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

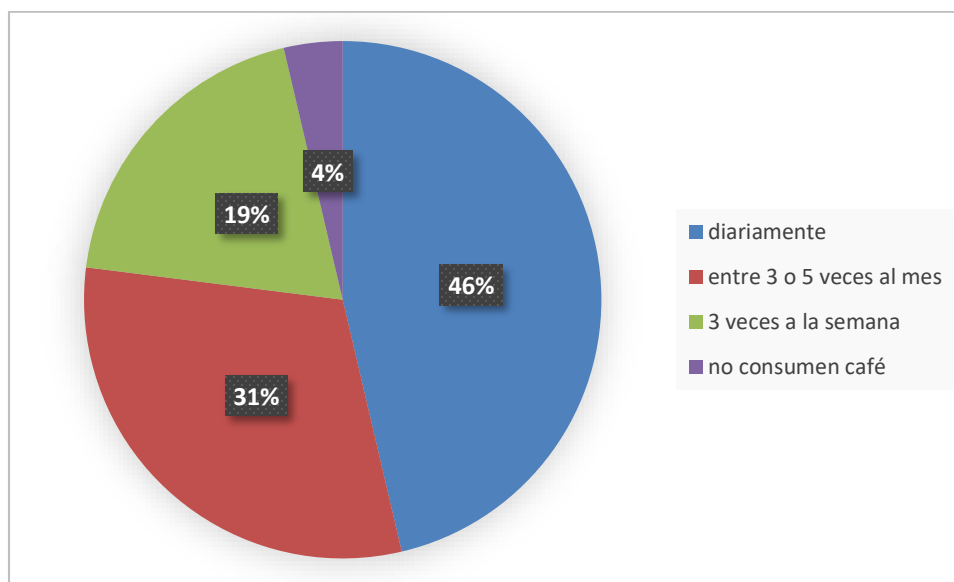


Figura 3 Frecuencia con la que toman café los pobladores de Cayaltí

Interpretación:

En la población de Cayaltí un 46% opino que toma café diariamente, pero también hay un 31% de la población que toma café de 3 a 5 veces al mes, y un 19% que toma 3 veces a la semana, un 4% de la población no consume café.

Tabla 5.

Tipos de café que consumen los pobladores de Cayaltí.

Tipos	ni	%
Express	120	40
Americano	110	36.7
Latte	32	10.7
Capuchino	38	12.7
total	300	100

Fuente: Elaboración propia

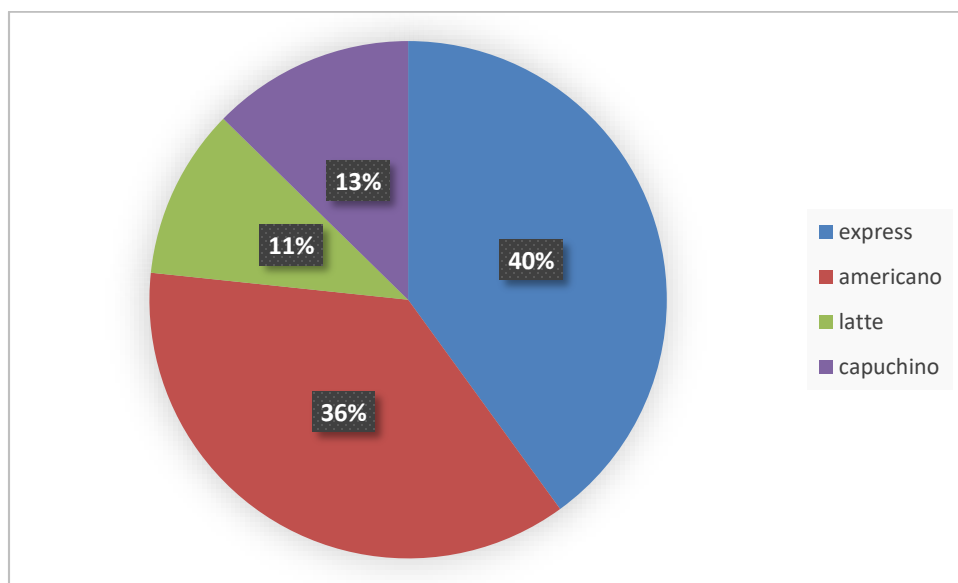


Figura 4 *Tipos de café que consumen los pobladores de Cayaltí*

Interpretación:

Para los pobladores de Cayaltí consumirían más lo que es el café express con un 40% de su población, con un 36% insumirían americano, y con un 13% consumirían el capuchino y el 11% lo que es el café latte.

Tabla 6

Gasto aproximado que harían los pobladores de Cayaltí.

gato	ni	%
15-20 S/	284	94.7
21-26	10	3.3
27-32	4	1.3
33-38	2	0.7
total	300	100

Fuente: Elaboración propia

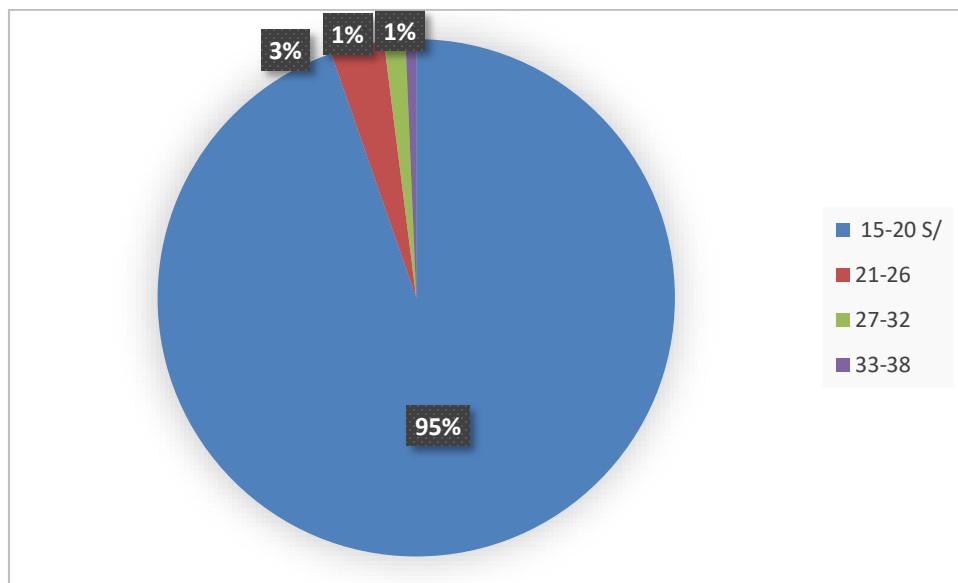


Figura 5. Gasto aproximado de una cafetería, que harían los pobladores de Cayaltí.

Interpretación:

El gasto que harían los pobladores de Cayaltí son los siguientes, teniendo en cuenta que consumirían más productos aparte del café, la variable de 15 a 20 soles obtuvo un 94.7% de preferencia, 3.3% gastaría de 21 a 26 soles, 1.3 % de 27 a 32, y por último 0.7% de 33 a 38 soles, como visualizamos la población rotundamente desea productos, , y sobretodo bebidas de café económicas, ya que muy pocos marcaron las otras alternativas de mayor valor monetario, entonces, ellos probarían algo nuevo, delicioso, que realmente esté al alcance de sus bolsillos.

Tabla 7.

Momentos del día en que consumen café los pobladores de Cayaltí.

Momentos del día	ni	%
Noche	127	42.3
Mañana	101	33.7
Tarde	72	24
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

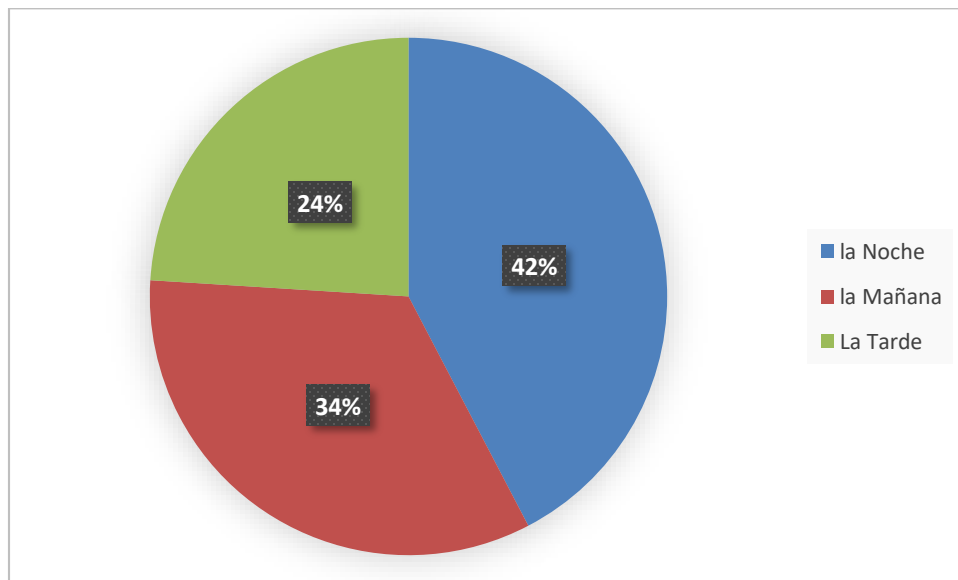


Figura 6. *Momentos del día en que consumen café los pobladores de Cayaltí.*

Interpretación:

El poblador de Cayaltí un 42% prefiere tomar un café en la noche, comentaron los encuestados que lo disfrutan más ya que tienen más tiempo para prepararlo y paciencia para beberlo, finalizando así bien su día, la mañana también es otro momento del día favorito de un 33.7% de la población, sienten que los mantiene activos para las actividades de su día a día. Y en la tarde un 24% lo toman como lonche. Con estos resultados pone en alerta a la futura empresa, ya que le ayudaría a establecer bien el horario del local.

Tabla 8.

Formas de pago en una cafetería, según los pobladores de Cayaltí.

Medios de Pago	ni	%
Efectivo	278	92.7
Tarjeta de crédito	21	7
Tarjeta de debito	1	0.3
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

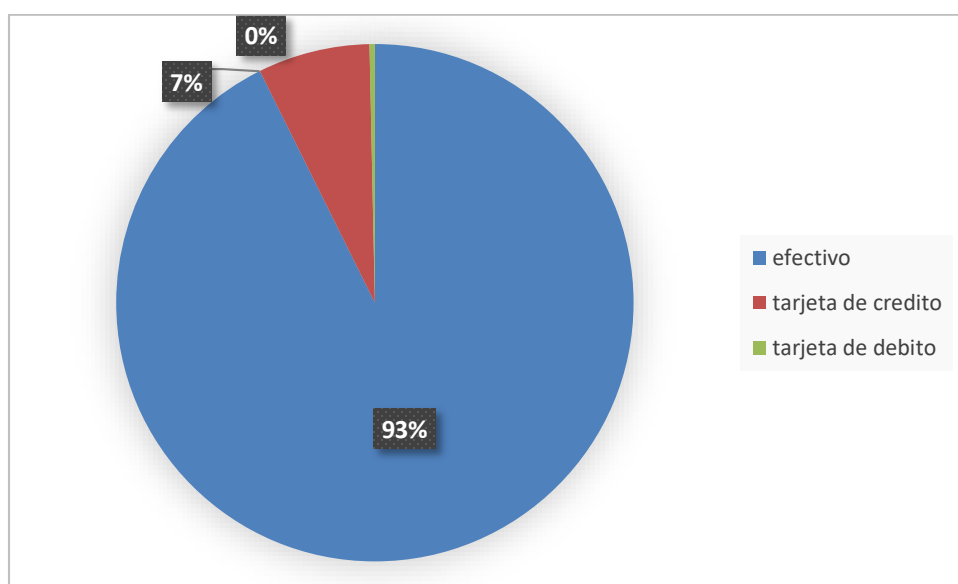


Figura 7. Formas de pago en una cafetería, según los pobladores de Cayaltí.

Interpretación:

Los pobladores de la ciudad de Cayaltí opinan un 93% que al momento de cancelar dichos productos pagarían en efectivo, y un 7% pagaría con tarjeta de crédito ya que su población no se actualiza su forma de pago en dicha ciudad.

Tabla 9

Aspectos importantes por lo cual asistirían a una cafetería

Motivos	ni	%
Compartir con amigos, pareja, familia	120	40
Tomar un buen café o comer algo	100	33.3
Distraerse	72	24
Punto de reunión o trabajo	8	2.7
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

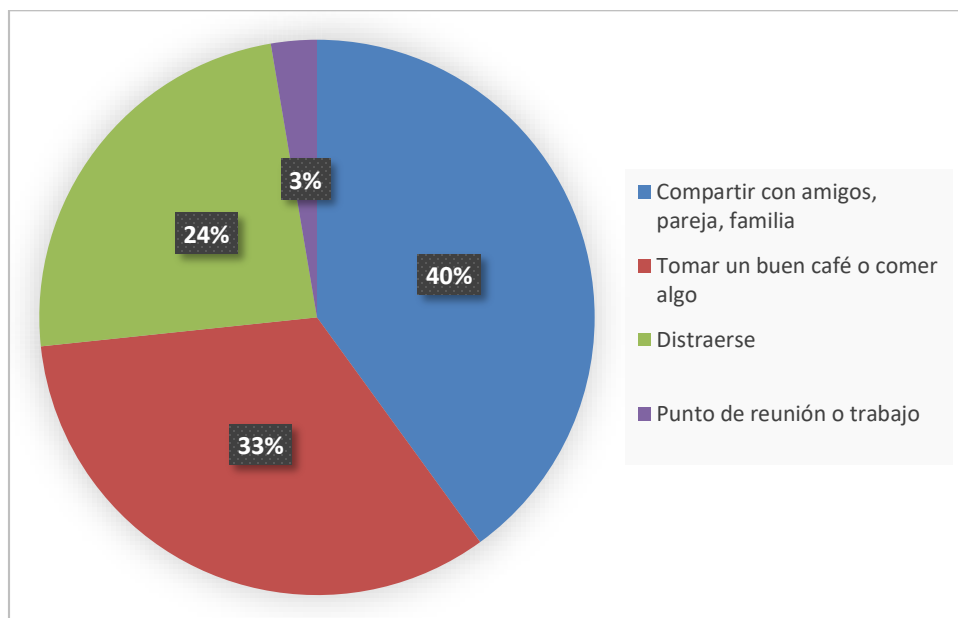


Figura 8. Aspectos importantes por lo cual asistirían a una cafetería

Interpretación:

Dentro del cuestionario se incluyeron preguntas para saber los factores decisivos de compras de estos futuros clientes, entre esas preguntas se encuentran los aspectos más importantes por los cuáles asistirían a una cafetería, un 40% decide asistir con la finalidad de pasar agradables momentos con su familia, pareja y amigos, pues desea vivir nuevas experiencias con los que más quieren. Un 33% prefiere consumir algo de calidad y delicioso, un 24% quiere distraerse en un buen ambiente, y un 3% desea asistir por alguna reunión de trabajo.

Tabla 10 .

Lo que más le atraen de una cafetería

Importancia	ni	%
Sabores y variedades de productos	102	34
Precios	81	27
Buen ambiente	68	22.7
Buena atención	49	16.3
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

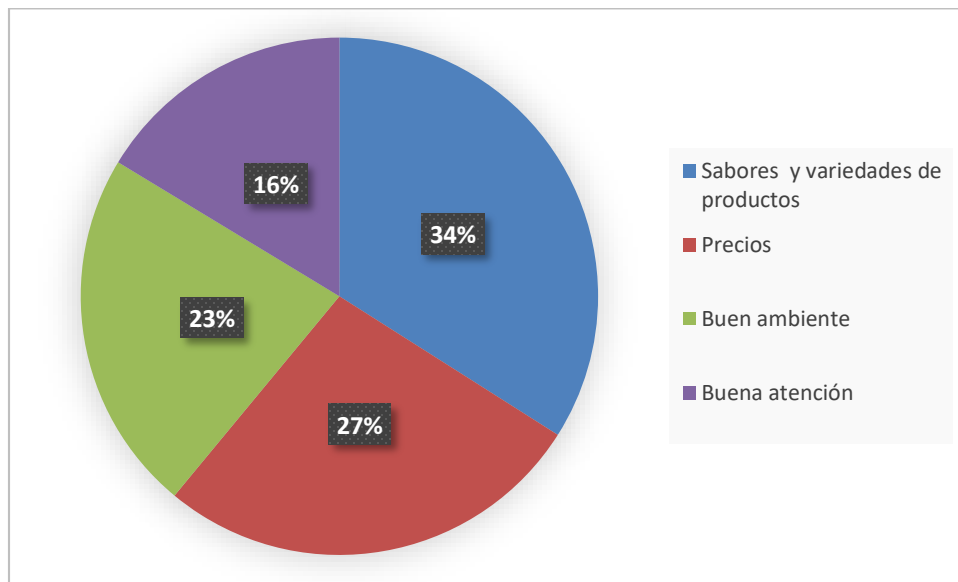


Figura 9. Lo que más le atraen de una cafetería

Interpretación:

Los pobladores conociendo los factores de compra, en esta pregunta, la población pide sabor y variedades en lo productos, respaldando a esta variable un 34%, y asimismo precios cómodos de estos, un 27% opina que los productos que se vendan, y sobre todo las bebidas de café sean de precios bajos, 23% el buen ambiente, 16% la buena atención por ahora no son tan importantes para los clientes.

Tabla 11.

Ubicación de una nueva cafetería, según pobladores de Cayaltí.

Lugar	ni	%
Plaza de Armas	215	71.7
Sáenz Peña	4	1.3
Av. 9 de Octubre	14	4.7
Paseo de la Reforma	67	22.3
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia.

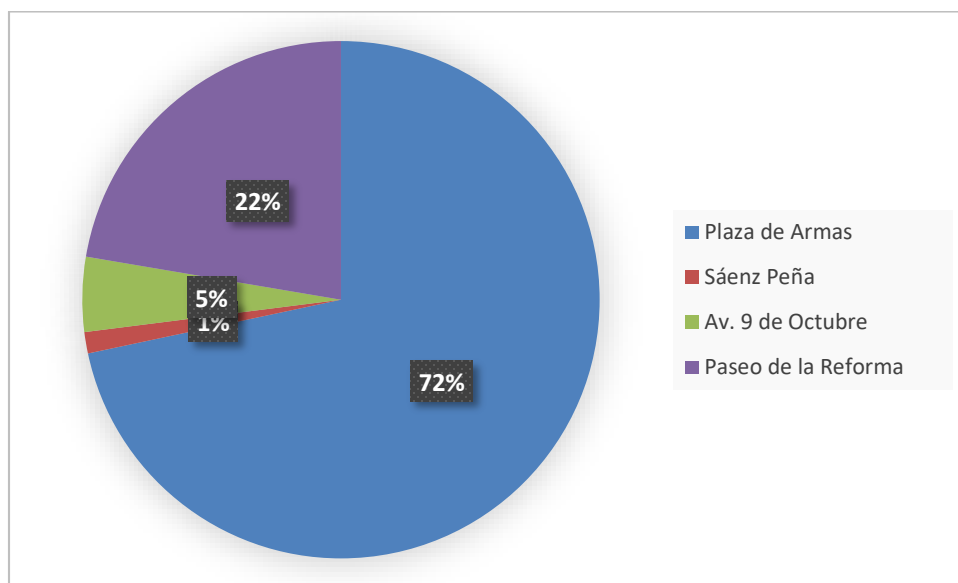


Figura 10. *Ubicación de una nueva cafetería, según pobladores de Cayaltí.*

Interpretación:

No hubo mucha discrepancia en estas alternativas, 71.67% de los pobladores eligieron a la Plaza de Armas de su distrito como el mejor lugar para que se inaugurara una cafetería, sin lugar a duda no hay mucho debate, ni discusión pues por mucho este lugar ganó frente al Paseo de la Reforma que sólo obtuvo el 22.33% de las personas decidieron por esa ubicación, Av. 9 de octubre la eligieron el 4,67% de su pobladora, y a Sáenz Peña 1.33% encuestados.

La Plaza de Armas al ser un lugar muy concurrido, beneficiaría mucho en el marketing y las ventas, como empresa sería muy bueno invertir en la ubicación del proyecto.

Tabla 12.

Atributos preferidos de los pobladores de Cayaltí, en una cafetería

Atributos	ni	%
Acceso a wifi	105	35
Buen Servicio al cliente	85	28.3
Promociones	51	17
Calidad	31	10.3
Buena música	18	6
Delivery	10	3.3
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia.

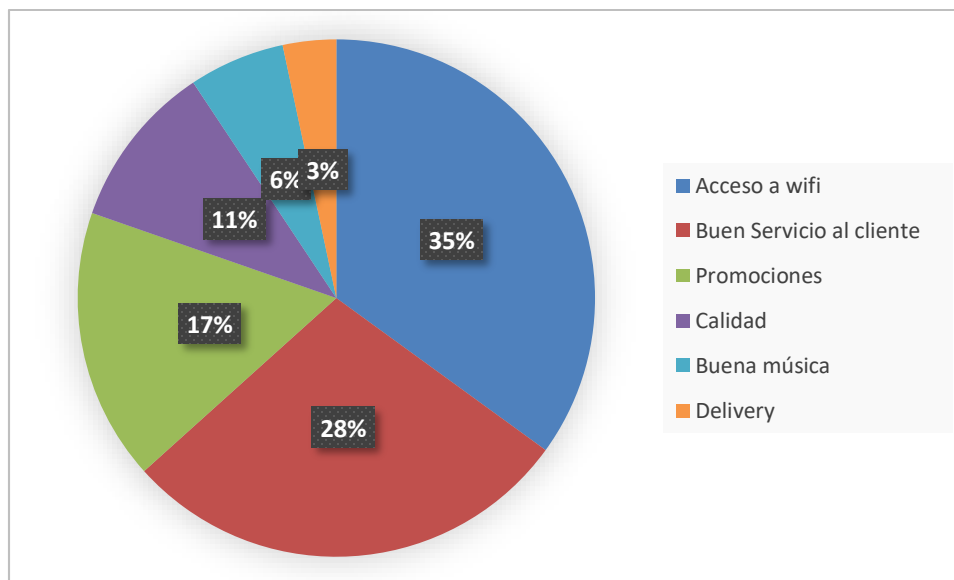


Figura 11. *Atributos preferidos de los pobladores de Cayaltí, en una cafetería.*

Interpretación:

Como de los encuestados fueron la mayoría jóvenes adaptaron que para ellos lo más atractivo que tiene la cafetería el 35% dijeron el acceso a wiffi, con un 28% buen servicio, el 17% promeciones, 17% la calidad, 6% que haiga en el local una buena música, y el 3% el deliverry.

Tabla 13.

Visitas de los pobladores de Cayaltí a la cafetería.

Visitas	ni	%
1 Vez a la semana	112	37.3
2 Veces a las semana	105	35
3 Veces a la semana	51	17
1 Vez al mes	32	10.7
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia.

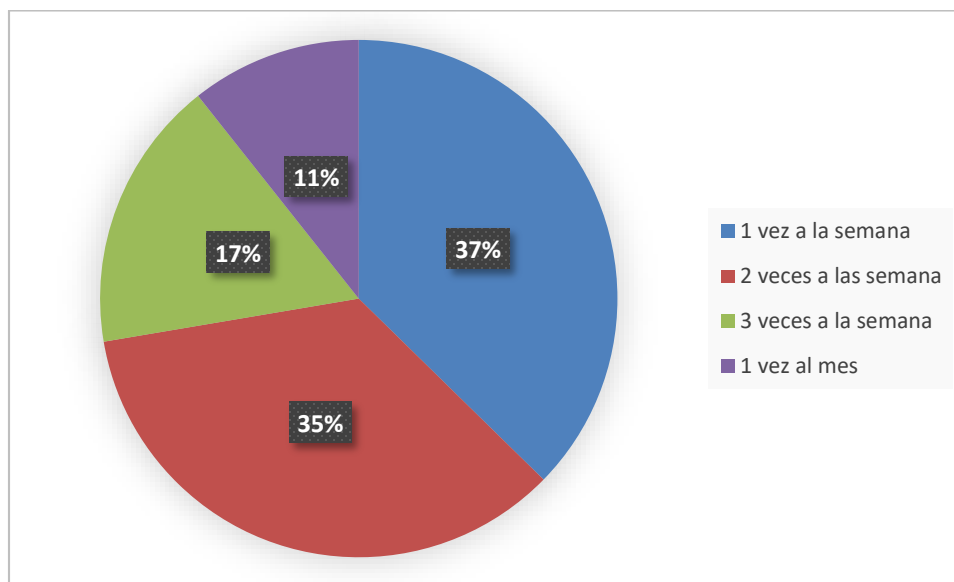


Figura 12. *Visitas de los pobladores de Cayaltí a la cafetería.*

Interpretación:

El buen servicio que se brindaría en la cafetería tomó importancia en esta pregunta, si esto se diera, 37% de los pobladores de Cayaltí nos visitarían 1 vez a la semana, seguido de 35% de los habitantes que irían 2 veces a la semana, esto quiere decir que un gran número de encuestados frecuentarían nuestro local entre 1 y 2 veces semanales, si se les da un servicio especial, diferenciado.

Tabla 14.

Productos preferidos por los pobladores de Cayaltí en una cafetería

Productos.	ni	%
Buen café	104	34.7
Sándwiches variados	55	18.3
Ensaladas	40	13.3
Postres variados	40	13.3
Jugos naturales	29	9.7
Desayunos nutritivos	32	10.7
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

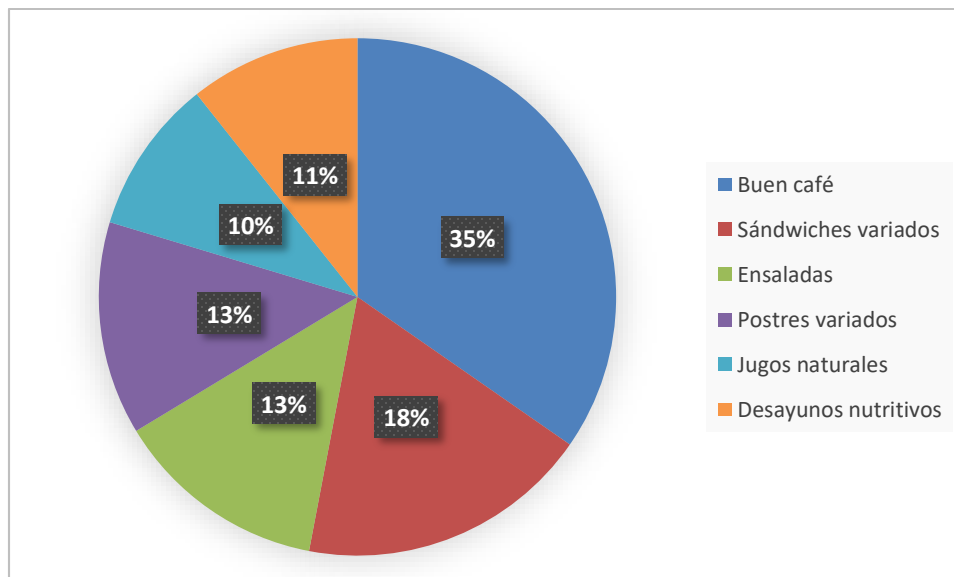


Figura 13. Productos preferidos por los pobladores de Cayaltí en una cafetería

Interpretación:

la pobladores de Cayaltí con respecto a las encuestas, el 35% lo primero que esperan de la cafetería es que brinde un buen café, que cumpla sus expectativas, asimismo el 18% que prefieren acompañar el café con unos sándwiches, 13% prefieren ensaladas, 13% prefieren postres variados, 11% lo que es jugos nutritivos y el 10% dijeron que los jugos nutritivos.

Tabla 15.

Razones más desagradables por las cuales no asistirían a una cafetería

Aspectos	ni	%
Ambiente pequeño	135	45
desagradable sabor	36	12
Precio excesivo	104	35
Envase poco creativo	10	3
Otros	15	5
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

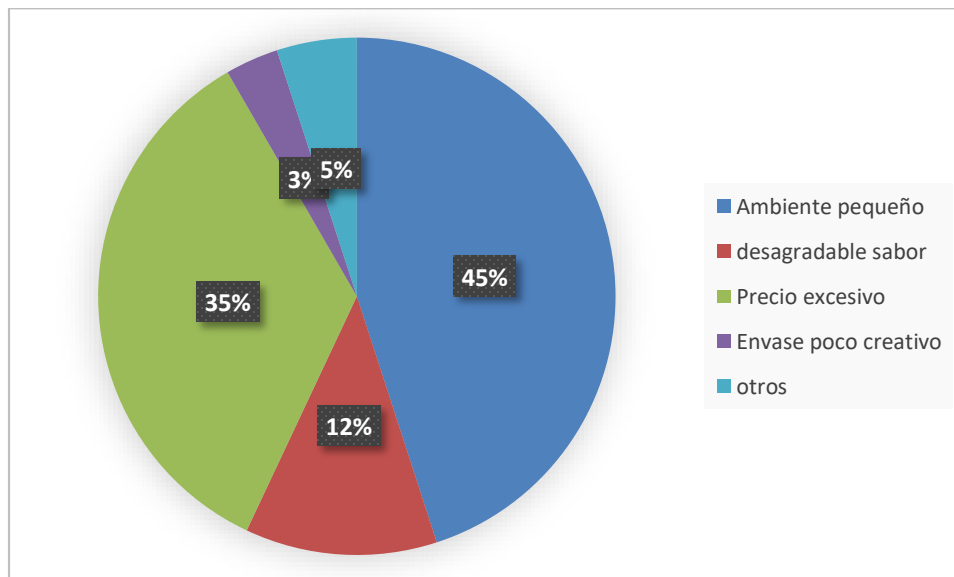


Figura 14. Razones más desagradables por las cuales no asistirían a una cafetería

Interpretación:

De acuerdo con los encuestados las razones desagradables por la cual no asistirían a una cafetería se observar que 45% de los pobladores no asistirían a la cafetería si nuestro ambiente es pequeño y poco atractivo, seguido de un 35% que no asistirán por los precios excesivos.

Determinamos que como futura empresa brindaríamos un ambiente cómodo, amplio e iluminado, reduciendo nuestro precio para un mayor consumo.

Tabla 16.

Medios de comunicación por los cuales les gustaría recibir información los pobladores de Cayaltí

Medios	ni	%
Correo electrónico	45	15
Televisión	35	11.7
Folletos	26	8.7
Radio	96	32
Internet	98	32.7
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

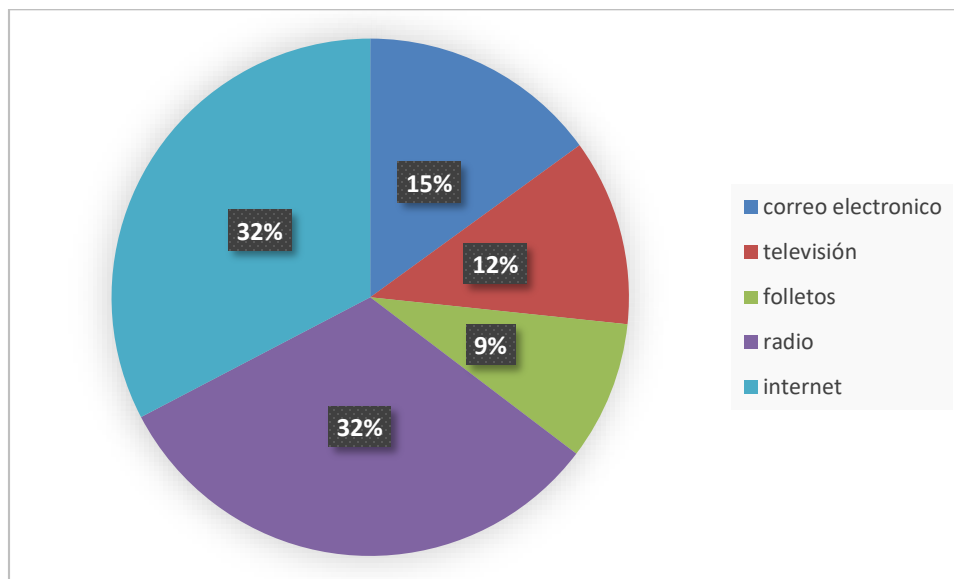


Figura 15. *Los medios de comunicación por los cuales se les informaría a la población de Cayaltí.*

Interpretación:

Estos son los medios más utilizados por los habitantes, un 32% desea el internet para informarse, específicamente nuestra segmentación joven el 32% por la radio para clientes adultos, que mayormente son personas tradicionales.

Tabla 17.

Preferencia por el nombre de la cafetería "BlackMoon"

Preferencia	ni	%
Si	225	75
No	75	25
Total	300	100

Fuente: Elaboración propia

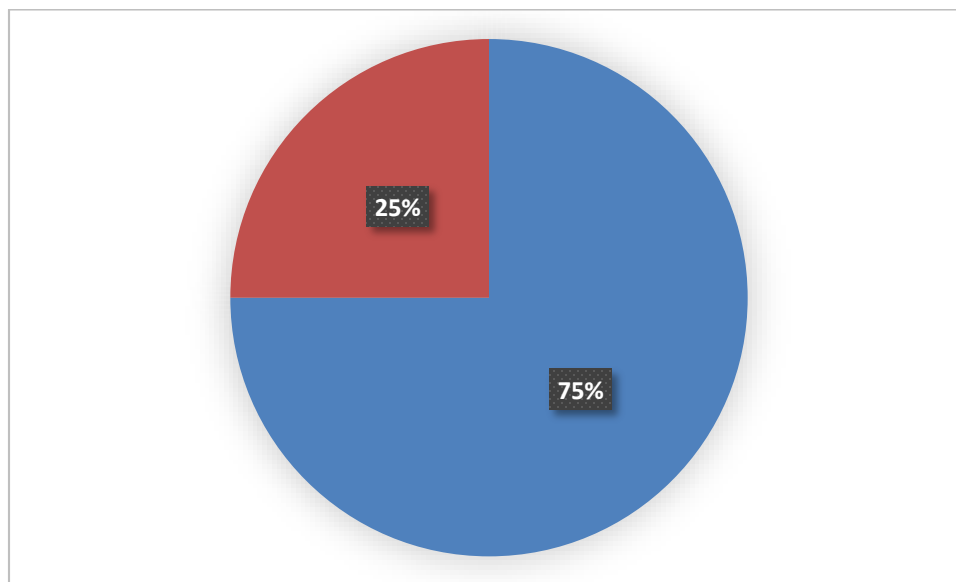


Figura 16. Preferencia por el nombre de la cafetería "BlackMoon".

Interpretación:

Cabe resaltar que ante esta pregunta definimos a los pobladores el significado de “BlackMoon”, y como se puede observar a nuestro público objetivo del distrito de Cayaltí les parece atractivo e interesante la representación simbólica del nombre de la cafetería, tajantemente 75% de las personas nos dieron su aprobación, tomando así la decisión de que si se podría realizar dicho nombre y concentrarnos posiblemente en el logo.

IV. Discusión

Según Torres (2013), en su propuesta de creación de una cafetería en la av. Té #950 esquina Resino-Mexico nos dice que se realizó un análisis de mercado y no contaba con competencia en dicho lugar y dicha cafetería estaría solamente dirigida a estudiantes y maestros de dicho lugar.

Torres no solo debe de enfocarse en una parte de la población que son estudiantes y maestros si no en todos los pobladores ya que tendría mayores ingresos, enfocarse en los turistas, en personas que estén de paso por dicho lugar.

También se debe observar que hoy en día para los clientes lo más importante es el ambiente que puede brindar en una cafetería.

La creación de una cafetería en la ciudad de Cayaltí estará dirigido a todos los pobladores que visiten los establecimientos, ya que con las encuestas que se realizaron que hay muchas de las personas que irían al lugar a pasar un momento agradable con su familia y amigos, los ciudadanos de Cayaltí no cuentan con un establecimiento de una cafetería y que ofrezca productos agradables.

Según Corrales (2016), en su plan de empresa para la creación de la cafetería Cofe y Connect, su principal objetivo fue verificar la variabilidad del proyecto empresarial para la creación de una cafetería, con respecto al negocio que se estaba por realizar, y que contaría con algunas aplicaciones para el entretenimiento de los usuarios que visiten el establecimiento.

Para la creación de una cafetería no solo enfocarse en la retención de los clientes en el momento de asistir a las instalaciones si no la variabilidad de los productos que se brindaran para que así el cliente las opciones de elegir en los momentos de acudir a dichas instalaciones.

La ubicación de la cafetería ya que para muchas de las personas hoy en día es muy importante ver el lugar donde se sientan cómodos y seguros.

El nombre que se va a elegir para dicha cafetería ya se será de mucha importancia para llamar la atención de los pobladores que asistan y a si llegar al público objetivo

La cafetería de Cayaltí no solo ofrecería entretenimiento para retener a sus clientes si no que para muchos de los pobladores de dicho lugar para ello lo más importante es que el lugar sea acogido, tengo buenas instalaciones, cuente con la seguridad necesaria.

V. Conclusiones

La mayoría de los pobladores de la ciudad de Cayaltí que los factores que influyen para la decisión de compra en una cafetería fue pasar momento agradable con su familia, amigos o pareja, otro punto fue que es algo novedoso en dicho lugar ya que no cuentan con otras instalaciones, El buen servicio al cliente también encamina en este proceso, el consumidor busca nuevas experiencias y que mejor con una buena atención por parte del personal calificado.

Conforme a las preferencias de nuestros productos estrellas, la mayoría de la población consume café casero, esto quiere decir, que hace falta la información sobre estos tipos de café, sin embargo, nos demostraron que les gustaría probar bebidas de café con un buen sabor, y en el transcurso del tiempo podrían deleitarse con estos dos productos, latte y capuchino.

Según los habitantes, y nuestras visitas constantes a Cayaltí, determinamos que el lugar estratégico para la ubicación el local sería la Plaza de Armas de este distrito, por la gran concurrencia y traslado de los pobladores.

Se llegó a la conclusión de que el distrito de Cayaltí es un mercado potencial donde el emprendimiento de esta nueva cafetería será exitosa, ya que a ellos les gustaría deleitar nuevos productos con diferentes sabores y variedades, estos si cuentan con la economía suficiente para obtener estos productos que ofrecerá la cafetería.

VI. Recomendaciones

Se recomienda brindar información, incluyendo degustaciones, acerca de los variados sabores de café que ofreceremos en nuestro local.

Se recomienda ofrecer promociones y descuentos que permitan fidelizar a los clientes potenciales, fomentando a que estos lleguen en grupos familiares o amicales.

Se debe adecuar a las posibilidades económicas, brindando diferentes presentaciones (tamaños/cantidad) de los productos estrellas, sin que se altere la calidad.

Se debe adecuar a los actores que predominen en el ambiente, música de acuerdo a las edades, u ocasiones especiales, marketing sensorial.

Personalizar de los envases, imágenes de emojis y el nombre que se incorporara, generara nuevas emociones.

VII. Referencias bibliográficas.

- Alvarado, M, & Granados, T. (2013). *Creacion de una cafeteria.Grado Contador publico.Instituto Politecnico Nacional.* Mexico.
- Arias, C, & Jobbour, J. (2015). *Plan de negocios para implementar un mòdul o de cafeteria en San Isidro. Grado Magister en Adm inistracion. Universidad del Pacifico.* Lima-Perù.
- Buenaño, C. (2012). *Estudio de factibilidad para la creaciòn de la cafeteria"COFFEE VIP"en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.Ingenieria Comercia.Universidad de las fuerzas Armadas Esper.* Quito-Ecuador.
- Chugna, F. (2018.). *Modelo de negocio para la creacion de una cafeteria temàtica de dibujos japoneses anime en la ciudad de Chiclayo, 2017.Grado licenciado en Administraciòn de Empresas.Universidad Catòlica Santo Toribio de Mogrovejo.* Chiclayo-Perù.
- Cornejo, M, & Jimenez, J. (2017.). *Modelo de negocio para una cafeteria organica en l a ciudad de Chiclayo.Grado Licenciado en Administraciòn de Empresas.Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.* Chiclayo-Perù.
- Corrales, A. (2016.). *Plan de empresas para la Creaciòn de l a cafeteria"Cofè y Connect".Grado Direciòn y Administraciòn de Empresas.Universidad Internacional de la Rioja.* Madrid-España.
- Fernandez, K, & LLontop, J. (2018). *Plan de negocio para la instalacion de una cafeteria temàtica parisina-Peruana en l a ciudad de Chiclayo.Grado licenciado en Administraciòn Hotelera y de Servicios Turisticos. Universidd Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.* Chiclayo-Perù.
- Molina, M. (2013.). *Proyecto de inversiòn para la cafeteria barra de cafè The Coffee Roots.Grado Maestria en Direccion y Estrategias Financieras.Universidad Iberoamericana Puebla.* Puebla-Mexico.
- Soria, R, & Gorzòn, G. (2003.). *Tiempo de cafè:Pasteleria y Cafeteria en el cono Norte de Lima.Grado Maestria.Universidad San Ignacio de Oyola.* Lima-Perù.

VIII. Anexos

Anexo 1 - Fotografías



Anexo 2 – Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMÁTICA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	HERAMIENTA
CREACION DE UNA CAFETERIA EN LA CIUDAD DE CAYALTÍ.	Determinar e investigar el nivel de aceptación de la población para un servicio de una cafetería.	General. Analizar el nivel de aceptación de los clientes potenciales con respecto de un nuevo establecimiento de cafetería en la ciudad de Cayaltí.	No existe por ser una hipótesis implícita	Variable única	Diseño Exploratori a Descriptiva	Técnicas recolección de datos
		Específico. <ul style="list-style-type: none"> Identificar los factores que influyen en la decisión de compra en una cafetería. Determinar los productos de preferencia con respecto a los productos estrellas. Identificar el lugar viable en el distrito de Cayaltí para la ubicación de una nueva cafetería 		Creación de una cafetería	Población instrumentos Ciudad de Cayaltí	Entrevistas encuestas registro guías
					Muestra 300 personas En la ciudad De Cayaltí	Análisis de datos mediante encuesta

Anexo 3 - ENCUESTA

Soy alumna de la Universidad De Lambayeque, de la carrera de Administración y Marketing, del x ciclo, realizo esta encuesta con el fin de obtener información valiosa, acerca del grado de aceptación de una nueva cafetería en Cayaltí. Esperamos su mayor sinceridad posible.

Sexo: M () F ()

Edad: 16 - 25 () 26 – 35 () 36 – 45 () 46 – 55 () 56 – 65 ()

1. ¿Con qué frecuencia usted toma café?

Diariamente () 3 veces a la semana ()

Entre 3 o 5 veces al mes () No consume café ()

2. ¿Cuál es el tipo de café que consume?

Expresso () Americano ()

Latte () Capuchino ()

Otro ()

Especifique: _____

3. ¿Cuánto gastarías aproximadamente en una cafetería?

De 15 a 20 soles () De 21 a 26 soles ()

De 27 a 32 soles () De 33 a 38 soles ()

4. ¿En qué momento del día usted consume más café?

En la mañana ()

En la tarde ()

En la noche ()

5. ¿Cómo te gustaría que fuera el pago en una cafetería?

En efectivo ()

Tarjeta de crédito ()

Tarjeta de débito ()

6. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)

Tomar un buen café o comer algo ()

Punto de reunión o trabajo ()

Compartir con amigos, pareja, familia ()

Distraerse ()

7. Enumere en orden de importancia, lo que más le atrae de una cafetería.

Sabor ()

Precio ()

Buen ambiente ()

Buena atención ()

8. ¿Dónde preferiría usted que se apertura una nueva cafetería?

Plaza de Armas ()

Sáenz Peña ()

Av. 9 de Octubre ()

Paseo de la Reforma ()

Otro ()

Especifique: _____

9. En una escala del 1 al 6, según el orden de importancia, ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga nuestra cafetería?

Acceso a wifi ()

Promociones ()

Buen Servicio al cliente ()

Buena música ()

Delivery ()

Calidad ()

10. Si la empresa le brindara un servicio especial donde usted se sienta cómodo ¿Con qué frecuencia visitaría el local?

1 vez a la semana ()

3 veces a la semana ()

2 veces a la semana ()

1 vez al mes ()

Nunca ()

11. ¿Cuál o cuáles de estos productos le gustaría que ofreciera la cafetería? Marca más de una alternativa.

Buen café () Sándwiches variados () Postres variados ()

Jugos naturales () Ensaladas () Desayunos nutritivos ()

12. ¿Cuál es la razón más desagradable por la cual no asistiría a una cafetería?

Ambiente pequeño ()

Desagradable sabor ()

Precio excesivo ()

Envase poco creativo ()

Otro ()

Especifique:

13. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Correo electrónico ()

Televisión ()

Folletos ()

Radio ()

Internet ()

14. ¿Te parece atractivo el nombre de BlackMoon para una cafetería?

Sí ()

No ()

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO ESCUELA – COLABORADORES

CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE CAYALTÍ,
CHICLAYO. 2019

Responsable: Vega Quiroz Esther.

Nota: Para cada pregunta se considera del 1 a 5.

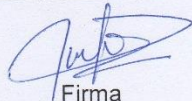
Indicación: Señor(a) Le pido su colaboración para luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de la escuela, que le mostraremos, marque con un aspa lo que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional. Demostrando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior.

1) Insatisfecho	2) Mejorable	3) Satisfecho	4) Bueno	5) Excelente
-----------------	--------------	---------------	----------	--------------

N°	items	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia usted toma café?					×
2	¿Cuál es el tipo de café que consume?					×
3	¿Cuánto gastarías aproximadamente en una cafetería?					×
4	¿En qué momento del día usted consume más café?					×
5	¿Cómo te gustaría que fuera el pago en una cafetería?					×
6	¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)					×

7	Enumere en orden de importancia, lo que más le atrae de una cafetería.					X
8	¿Dónde preferiría usted que se apertura una nueva cafetería?				X	
9	En una escala del 1 al 6, según el orden de importancia, ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga nuestra cafetería?				X	
10	Si la empresa le brindara un servicio especial donde usted se sienta cómodo ¿Con qué frecuencia visitaría al local?					X
11	¿Cuál o cuáles de estos productos le gustaría que ofreciera la cafetería? Marca más de una alternativa.					X
12	¿Cuál es la razón más desagradable por la cual no asistiría a una cafetería?					X
13	¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?					X
14	¿Te parece atractivo el nombre de BlackMoon para una cafetería?					X

Recomendaciones:

Apellidos y Nombres	Cumpa Ussauer Jorge T.	 Firma
Título y/o grado académico	ING. INDUSTRIAL	

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO ESCUELA – COLABORADORES

CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE CAYALTÍ,
CHICLAYO. 2019

Responsable: Vega Quiroz Esther.

Nota: Para cada pregunta se considera del 1 a 5.


Indicación: Señor(a) Le pido su colaboración para luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de la escuela, que le mostraremos, marque con un aspa lo que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional. Demostrando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior.

1) Insatisfecho	2) Mejorable	3) Satisfecho	4) Bueno	5) Excelente
-----------------	--------------	---------------	----------	--------------

N°	ítems	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia usted toma café?					✓
2	¿Cuál es el tipo de café que consume?					✓
3	¿Cuánto gastarías aproximadamente en una cafetería?					✓
4	¿En qué momento del día usted consume más café?					✓
5	¿Cómo te gustaría que fuera el pago en una cafetería?					✓
6	¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)					✓

7	Enumere en orden de importancia, lo que más le atrae de una cafetería.						✓
8	¿Dónde preferiría usted que se apertura una nueva cafetería?						✓
9	En una escala del 1 al 6, según el orden de importancia, ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga nuestra cafetería?						✓
10	Si la empresa le brindara un servicio especial donde usted se sienta cómodo ¿Con qué frecuencia visitaría al local?						✓
11	¿Cuál o cuáles de estos productos le gustaría que ofreciera la cafetería? Marca más de una alternativa.						✓
12	¿Cuál es la razón más desagradable por la cual no asistiría a una cafetería?						✓
13	¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?						✓
14	¿Te parece atractivo el nombre de BlackMoon para una cafetería?						✓

Recomendaciones:

Apellidos y Nombres	Sanjón Alvarado Rompeyo Marco	 Firma
Título y/o grado académico	Doctor Administración Educación	

